
10. EROS E CULTURA DIGITAL: EXPOSIÇÃO, INTIMIDADE E CONSUMO NAS SOCIABILIDADES EM REDE.

Juliana Correia Almeida e Silva¹

Introdução

As sociabilidades em rede têm um papel importante na representação do indivíduo contemporâneo. Mais do que um espaço de encontro dentro de um ambiente de ciberespaço, essas novas interações têm sido locais profícuos para se perceber a mudança de comportamentos em um quadro adverso à vida pública, principalmente, no que diz respeito à falta de uma dimensão perceptível entre a vida pública e a privada onde há um excesso de intimidade que cria uma espécie de “ego grupal” (SENNETT, 1974), ou seja, aquilo que as pessoas necessitam, exigem ou desejam não importando as impressões emocionais imediatas. Kumar (1997) ratifica a discussão em torno das transformações do indivíduo na cultura contemporânea e observa a necessidade de uma publicização do consumo material e simbólico e dos apelos estéticos visuais, dentro da predominância do simulacro e a criação de hiper-realidade (KUMAR, 1997).

Contudo, percebe-se que o indivíduo se apoia nas relações sociais para sobrepor sua individualidade e, assim desenvolvendo-a possa exercer plenamente a liberdade. Singly (2003) aponta um direcionamento diferente para o individualismo na sociedade contemporânea. O autor rompe com a ideia de que o individualismo fragilize as relações sociais com sua carga de negatividade. A liberdade é entendida como necessidade de movimento. Segundo o autor, o indivíduo necessita de sociabilidade e não do isolamento.

A multiplicação das pertencas gera uma diversidade de laços que, tomados um a um, são menos sólidos, mas que, juntos, unem os indivíduos e a sociedade. É podendo deslocar-se de um grupo para outro, podendo ter distância das pessoas próximas de si, que o indivíduo individualizado pode simultaneamente definir-se como membro de um grupo e como dotado de uma personalidade independente e autônoma (SINGLY, 2003, p.24).

¹ Departamento de Comunicação Social. DECOS. Universidade Federal de Sergipe (UFS).
julianaalmeida.ufs@gmail.com

Portanto, o processo de individualização na sociedade contemporânea não pode ser dimensionado no seu aspecto negativo que rompe, ou fragiliza, relações sociais. Singly (2003) ainda destaca que os indivíduos têm que ter papéis sociais a representar.

As sociabilidades em rede já mostram uma dimensão mais atual das características que formam a sociedade de consumo evidenciando representações e simulacros. O indivíduo contemporâneo está cada vez conectado aos meios de comunicação e se relaciona intensamente através das sociabilidades em rede. Castells (2011), apresenta algumas características da internet que incluem a penetrabilidade, a flexibilidade e a descentralização multifacetada que contribui, não só para o avanço rápido das práticas sociais, como também promovem uma nova dimensão das sociabilidades e formação de redes com laços fracos. O autor traz um dado interessante no que diz respeito à penetração da internet com relação a outros meios de comunicação: “para atingir 60 milhões de pessoas nos EUA o rádio demorou 30 anos, a TV 15 anos e a internet 3 anos” (CASTELLS, 2011, p. 442).

Assim, as sociabilidades em rede têm uma representação muito grande na projeção do indivíduo. É importante traçar um perfil daquilo que se define como ‘rede social’ para entender como a evolução das redes na internet tem características distintas das ‘redes de movimentos sociais’. Para tanto, destaca-se a definição dada por Scherer-Warren (1993) que uma ‘rede’ se compõe de princípios que permitem a comunicação, articulação e intercâmbio entre os atores sociais. Isso significa dizer que uma “rede” é fundamental para se estabelecer relações sociais, sejam elas de caráter afetivo ou profissional. A “rede” significa integrar a diversidade, se alimenta das práticas cotidianas para reforçar padrões ou determinar comportamentos. Essa “rede”, em sua essência, não nasce nas relações dentro do ambiente da cibercultura, mas, há uma projeção dessas redes com características bem específicas que contribuem para a disseminação de comportamentos narcísicos e potencializar as relações de consumo.

Scherer-Warren (1993) traz outra definição para as “redes de movimentos sociais” que implica buscar formas de articulação entre o local e o global e interconexão de identidade dos atores com o pluralismo. Assim, há uma necessidade de buscar dar uma unidade em meio a um mundo cada vez mais plural e diverso, de forma a estabelecer uma intercomunicação, na medida em que, surgem cada vez mais movimentos de características transnacionais como os de direitos humanos, étnicos, ecológicos, entre outros.

Quando se destacam as sociabilidades em rede, o conceito de “rede social virtual” é baseado na definição desenvolvida por Castells (2011) que uma rede social virtual é interpessoal, em sua maioria baseada em laços fracos (diversificados ou especializados) e são capazes de gerar reciprocidade e apoio através da dinâmica de interação sustentada.

O indivíduo nas sociabilidades em rede, geralmente, reflete uma projeção de si e dos outros. Isso, essencialmente, pode acarretar uma série de comportamentos que proporcionam a construção das relações sociais em torno de interesses comuns, deixando de lado comportamento de uma vida pública, o que Sennett (1979) chamou de “comunidades destrutivas”. Claro que o autor não se refere às sociabilidades em rede, mas é perfeitamente possível aplicar esse conceito na forma de percepção da realidade e o interesse por uma vida pública.

Mas esta forma de sociabilidade tão contemporânea que é a mediada por computador ela aproxima ou isola as pessoas? Na verdade, as sociabilidades em rede ampliam e permitem a criação de laços com desconhecidos e possibilita comunicação e visibilidades mais rápidas, sem a necessidade de intermediação para que isso aconteça.

A possibilidade de “ver” e ter “visibilidade” pelas redes sociais amplia significativamente comportamentos de diferenciação social e de referência do indivíduo. A manifestação pública está muito mais vinculada às necessidades pessoais dentro de um “espaço de fluxo” (CASTELLS, 2011) para que às relações sociais sejam estabelecidas. “A internet parece contribuir para a expansão de vínculos sociais numa sociedade que parece está passando por uma rápida individualização e uma ruptura cívica” (CASTELLS, 2011, p. 445).

É na cultura urbana onde estão centradas as sociabilidades em rede. Mais de que elementos alternativos de comunicabilidades estão se tornando uma extensão de práticas do cotidiano que refletem uma realidade marcada por laços fracos e especializados (CASTELLS, 2011). A comunicação mediada pela TIC's está promovendo uma efetiva mudança nas relações sociais, na medida em que, o espaço público é reconfigurado em torno dos interesses individuais.

A construção da identidade no ciberespaço ocupa um lugar de destaque na cultura contemporânea. Não basta apenas ter um perfil na internet, mas percebe-se que se corrompem as fronteiras entre o real e o virtual, o eu e o múltiplo (TURKLE, 1997). As mudanças comportamentais sugerem porque o computador, muito mais do que uma máquina utilitária, se transformou em uma máquina intimista. Assim,

Os computadores não se limitam a fazer coisas por nós, fazem-nos coisas a nós, incluindo as nossas formas de pensar acerca de nós próprios e das outras pessoas (...) As pessoas recorrem explicitamente aos computadores em busca de experiências que possam alterar suas maneiras de pensar ou afetar a sua vida social e emocional (TURKLE, 1997, pg. 37).

A criação deste ‘mundo paralelo’ modifica padrões na vida cotidiana. França (2005), ao pesquisar identidades e formas de apresentação pessoal na internet, através de *nicknames*, observou que esta forma de reprodução do ‘eu’ na internet, representa características reais e projeções para aceitação nos grupos de interesse. “ao longo das conversas, surge o conflito entre *self* e as demandas do grupo, levando o internauta a construir uma narrativa que deve parecer verossímil e coerente com o *nick* escolhido” (FRANÇA, 2005, p. 15).

É muito importante essa análise porque as salas de bate-papo na internet se tornaram um meio de interação muito relevante no momento de popularização da internet. Essa forma de comunicação instantânea acaba sendo privilegiada também nas sociabilidades em rede. A identidade na internet, em certa medida, liberta o sujeito de pressões sociais e padrões estabelecidos. No ambiente livre da internet é possível dizer a verdade, omitir a verdade ou criar um simulacro de si mesmo seja para aceitação grupal, seja para potencializar uma imagem de si mesmo. É nesse contexto que as manifestações narcísicas e as práticas de consumo simbólico se constroem. Para Turkle (1997), há um deslocamento de uma ‘cultura modernista do cálculo para uma cultura pós-moderna da simulação’ (TURKLE, 1997, p. 28).

Dessa forma, é necessário está cada vez mais presente na internet. Sejam nas páginas pessoais em redes sociais ou blogs, espécies de diários eletrônicos onde as informações mais íntimas, mais analíticas ou mais desnecessárias são constantemente acessadas (FRANÇA, 2004). Mas, quais são os efeitos das sociabilidades em rede na relação com outras pessoas? Turkle (1997) destaca que o indivíduo contemporâneo está aprendendo a ver-se como ‘tecno-corpos’, ou seja, sempre ligado ao ciberespaço, há um desinteresse nos locais que costumava reunir pessoas como praças, associações e sedes de sindicatos. “Muitas pessoas passam o dia sozinhas, diante do ecrã de uma televisão ou dum computador. Ao mesmo tempo, como seres sociais que somos estamos tentando tribalizar-nos”. (TURKLE, 1997, p. 262)

Ao se conectar com pessoas através de fóruns de discussão, redes sociais, correio eletrônico e outras possibilidades de comunicação imediata que são oferecidas pela internet com pessoas de várias partes do mundo, o enraizamento e a importância de determinado local se atenua. Dessa forma, as sociabilidades em rede adicionam o elemento da cultura do computador na percepção da identidade como multiplicidade. Assim, há espaço para que o

indivíduo possa construir uma imagem de si mesmo alternando com personalidades diferentes.

A internet converteu-se num laboratório social significativo para a realização de experiências com as construções e reconstruções do eu que caracterizam a vida pós-moderna. Na sua realidade virtual, moldamo-nos e criamo-nos a nós mesmos (TURKLE, 1997, p. 265).

A capacidade de adquirir várias identidades *on line* ocasiona mudanças significativas na tentativa do indivíduo de compreender a si próprio. Turkle (2007) aponta dois caminhos: alternar em múltiplas identidades ou fazer do ciberespaço um modo de vida.

1. Eros e Narciso

Uma das maiores preciosidades que os gregos deixaram para a humanidade temos, sem dúvida, a sua mitologia. Milhares de anos depois, seus mitos são sempre revisitados, reinterpretados e atualizados. Narciso e Eros são frequentemente evocados para explicar fenômenos que vão da psicologia a comportamentos da sociedade de consumo. São dois referenciais de beleza e amor, muitas vezes destrutivos.

O mito de Narciso e Eco é uma tragédia que surgiu na Grécia antiga e que, diante das representações do narcisismo nas artes e na cultura, se desenvolveram vários estudos na área da psicanálise e sociologia para entender até que ponto o narcisismo influencia comportamentos na sociedade contemporânea.

O nome Narciso (tema *narkhé* = torpor, como em narcótico para nós) é uma importante representação da vaidade humana. O mito traz a história trágica envolvendo a ninfa Eco e o caçador de extrema beleza Narciso. Diz o mito que Narciso era filho do deus Cephisus e da ninfa Liríope. Ele despertava muita cobiça nas ninfas e donzelas, mas vivia só, pois não encontrava alguém que merecesse seu amor. E foi justamente esse desprezo pelas mulheres e a fascinação por sua imagem que o levou à morte. Havia uma ninfa, chamada Eco, que tinha o defeito de falar demais e costumava sempre repetir a última palavra em qualquer conversa.

A ninfa Eco foi amaldiçoada pela deusa Hera condenado-a a não mais falar por iniciativa própria e só responder quando fosse interpelada. Ela se apaixona perdidamente por Narciso, mas é repelida pelo jovem que não a julga digna do seu amor. Depois desse acontecimento, a ninfa passa a viver nas cavernas e definha até a morte. Seus ossos se transformam em pedra e nada resta além da sua voz. Comovido pelo sofrimento da ninfa, o

deus Nêmeses pune Narciso e o induz a beber água numa fonte onde era possível ver o seu reflexo na água. Admirado com sua própria imagem, o jovem pensa trata-se de algum espírito das águas. Não se contendo, baixa o rosto para beijar o seu reflexo e mergulha os braços para abraçar-se. O contato com a água faz sua imagem sumir e ele se sente desprezado. Dessa forma, Narciso ficou dias a admirar sua própria imagem na fonte. Sem comer ou beber seu corpo definha. A beleza e o vigor deixam-no e quando ele gritava "Ai, ai", Eco respondia com as mesmas palavras. Assim Narciso morreu. A história do mito se completa com sombra de Narciso atravessando o rio Estige, em direção ao Hades, ela ainda debruça-se sobre suas águas para contemplar sua figura².

O mito de Narciso influenciou muitos artistas ao longo dos séculos. Nas artes plásticas, há pinturas de Caravaggio, Nicolas Poussin, Turner, Salvador Dalí e Waterhouse. Na literatura, encontram-se várias passagens na obra do russo Fiódor Dostoevsky e influenciou a obra do escritor inglês Oscar Wilde³. Os estudos psicanalíticos do narcisismo tomaram verdadeiro impulso com o Freud (2010) em seu artigo intitulado 'Introdução ao Narcisismo'. As primeiras observações de Freud (2010) procuram identificar a origem do narcisismo como um investimento libidinal do ego (AMARAL, 1997).

Para Freud (2010) os instintos autoeróticos são fundamentais mas há algo que se acrescenta a esse autoerotismo para se formar o narcisismo. O indivíduo tem uma dupla existência: "com fim em si mesmo e como elo de uma corrente, à qual serve contra, ou, de todo modo, sem a sua vontade" (FREUD, 2010, p. 21). Na primeira o indivíduo vê a sexualidade nele mesmo e a outra há uma projeção onde ele colocará suas forças. Algumas vias são destacadas por Freud (2010) que intervêm nessa relação da sexualidade – projeção para aproximar o conhecimento do narcisismo: consideração da doença orgânica, da hipocondria e da vida amorosa dos sexos.

Na doença orgânica o indivíduo recolhe seus investimentos libidinais de volta para o Eu, até a melhora da enfermidade. Na hipocondria, as sensações físicas são muito dolorosas e influenciam no efeito da libido. Freud (2010) destaca com maior relevância a vida amorosa,

Assim como a libido do objeto escondeu primeiramente da nossa observação a libido do Eu, também na escolha do objeto pela criança (e o adolescente) vimos primeiro que ela toma seus objetos sexuais de suas vivências de satisfação (...). Claramente buscam a si mesmas como objeto amoroso, evidenciando o tipo de escolha do objeto que chamaremos de narcisismo (...) dizemos que o ser humano

² Disponível em <http://eventosmitologiagrega.blogspot.com.br/2011/03/narciso-paixao-por-si-mesmo.html>. Acesso: 12/11/2013.

³ O romance 'Retrato de Dorian Gray' seria uma representação do homoerotismo retratado no narcisismo.

tem originalmente dois objetos sexuais: ele próprio e a mulher que o cria, e nisso propusemos o narcisismo primário de todo indivíduo. (FREUD, 2010, pg. 31-33)

Freud (2010) propõe dois tipos de narcisismo: o primário (que seria o da infância) – não nocivo e o secundário – esse sim observado em neuroses e parafrenias – responsável por sentimentos de onipotência associado à libido narcisística. Para Freud (2010) uma pessoa ama:

1. Conforme o tipo narcísico:
 - a) O que ela mesma é (a si mesma);
 - b) O que ela mesma foi;
 - c) O que ela mesma gostaria de ser;
 - d) A pessoa que foi parte dela mesma.
2. Conforme o tipo ‘apoio’:
 - a) A mulher nutriz;
 - b) O homem protetor.

Muitas interpretações podem ser analisadas do conceito de Freud (2010) sobre o narcisismo que, em diferentes momentos, refere-se à constituição da vida erótica (que intercala com autoerotismo e a eleição do objeto), a forma de construção da personalidade ou um estado de regressão patológica. Para Amaral (2007) a teoria freudiana descreve cada um dos tipos de escolha do objeto, sempre chamando a atenção para as dificuldades que se impõe frente ao objeto, “na medida em que este se vê dificultado pelo emaranhado que se cria entre a escolha atual e as primeiras experiências de satisfação” (AMARAL, 2007, p. 99).

A figura simbólica de Narciso, como uma espécie de culto da intimidade, cresce do colapso e não da afirmação da personalidade. Lasch (1983) apresenta como características do narcisismo a pseudoautopercepção, sedução calculada, humor nervoso e autodepreciativo. Para o autor,

Há conexões entre o tipo de personalidade narcisista e certos padrões característicos da cultura contemporânea, tais como o temor intenso da velhice e da morte, o senso de tempo alterado, o fascínio pela celebridade, o medo da competição, o declínio do espírito lúdico, as relações deterioradas entre homens e mulheres. (LASCH, 1983, p. 57)

Lasch (1983) ainda aponta que o narcisismo chama a atenção porque os narcisistas alcançam posições de proeminência.

Apesar de todo o seu sofrimento íntimo, o narcisista possui muitos traços que permitem o sucesso em instituições burocráticas, as quais valorizam a manipulação de relações interpessoais, desencorajam a formação de ligações pessoais profundas

e, ao mesmo tempo, dão ao narcisista a aprovação que ele precisa para validar sua auto-estima. (LASCH, 1983, p. 69)

É importante notar que o sentido atual do narcisismo tem um alcance muito amplo. Não só integraliza estilos de conduta do indivíduo com relação 'a si próprio' como aos outros a sua volta. Paiva (2012) adverte sobre a relação do exagero das vaidades e do egoísmo extremo sobre a própria imagem e a 'virtude narcísica' (PAIVA, 2012) que consiste em manter a autoestima equilibrada, o cuidar de si. Mas o narcisismo está além do ego individual e pode estar relacionado aos “etnocentrismos, nacionalismos, regionalismo e bairrismos propiciados de afetos vis e paixões destrutivas, o nazismo, o fascismo, o comunismo, o fundamentalismo” (PAIVA, 2012, p. 9).

O narcisista tem grande dificuldade de se identificar com alguém sem que veja no outro uma extensão de si mesmo. Lasch (1983) descreve que o narcisista é incapaz de se identificar com os pais ou qualquer figura que represente autoridade. Também é incapaz de admirar algum herói e isso possibilita entrar, de forma imaginativa, nas vidas de outros mesmo sendo conscientes de sua existência independente. Quando se trata de uma sociedade narcisista, “se idolatra antes a celebridade do que a fama e substitui pelo espetáculo formas mais antigas de teatro, que encorajavam a identificação porque preservaram cuidadosamente uma distância entre a audiência e os atores, entre o adorador de heróis e os heróis” (LASCH, 1983, p. 117). Essa exposição exacerbada a ilusões fabricadas acaba com o poder de representação e isso acarreta, não uma sensação acentuada, mas uma grande indiferença da realidade.

A degeneração do público e ascensão do íntimo tem um efeito profundo na capacidade da sociedade de produzir símbolos que não são rotineiramente atrelados ao ‘eu’. Portanto, na sociedade intimista os atores são mais importantes do que as ações, ou seja, o que é mais relevante não diz respeito ao que a pessoa fez, mas, como se sente a respeito do feito.

As “comunidades destrutivas” surgem quando as relações sociais se limitam a pequenos círculos sociais fechados e as concepções de comunidade não comportam uma sociedade com ações políticas e pessoais mais amplas. Tudo gira em torno do indivíduo e das relações para que eles se reconheçam, sem necessariamente, almejar o bem social, inclusive nas ações políticas da esfera pública. “A busca por interesses comuns é destruída pela busca de uma identidade comum” (SENNETT, 1974, p. 319).

Essa nova percepção de comunidade traz problemas muito relacionados à contemporaneidade: os sujeitos dessas micro redes voltadas para interesses compartilhados,

pautados no eu-público, passam a perceber em sujeitos externos à esse meio como ameaças a esse sistema de identidade forjada. Diante disso há uma rejeição do indivíduo em participar de decisões públicas, limitando-se à esfera privada. Essa dimensão individualista reflete, inclusive, na função da cidade como local de estranhos.

Para Sennett (1974) o narcisismo penetra de forma perversa nas relações humanas. “O teste para saber se as pessoas estão sendo autênticas e ‘direitas’ umas com as outras é um padrão peculiar de troca mercantil de relações íntimas.” (SENNETT, 1974, p. 21). Como distúrbio de caráter, o narcisismo impede um total discernimento daquilo que pertence ao ‘eu’ do que não é essencial. Trata-se, portanto, de uma obsessão sobre o que as pessoas e as situações representam e esse questionamento é feito de modo repetitivo que impede a uma percepção clara dessas pessoas e situações. Para o autor, o narcisismo acaba tendo uma dupla qualidade: “ser uma voraz introjeção nas necessidades do eu e o bloqueio de sua satisfação” (SENNETT, 1974, p. 21).

Há uma relação extremamente íntima entre o narcisismo e a sexualidade que se reflete nas práticas sociais. A imagem que as pessoas têm sobre o próprio corpo acaba ditando comportamentos nas sociabilidades e como a representação da realidade pode ser distorcida e as relações se construírem em torno do eu. Sennett (1974) aborda o culto ao corpo como “um estado sexual absoluto” como narcisista porque a sexualidade se finda no culto a pessoa e não numa atividade, ou seja, é algo essencialmente isolado da experiência sexual que se tenha ou não.

O resultado do narcisismo é um decréscimo da imaginação ‘metafórica’ do corpo, o que é, vale dizer, um empobrecimento da atividade cognitiva criadora de símbolos a partir de uma coisa física. Esta é uma das razões pelas quais, à medida que uma sociedade passa do erotismo à sexualidade, da crença em ações emocionais para a crença em estados emocionais, forças psicológicas destrutivas são trazidas à baila. É um sinal da destrutividade desencadeada quando uma sociedade nega até mesmo a Eros uma dimensão pública (SENNETT, 1974, pg. 21).

Nesse ponto é importante retornar a Freud (2010) no que diz respeito ao desenvolvimento da subjetividade que acaba sendo motivado no imediatismo das excitações desde a infância. É justamente essa memória de prazer que, juntamente com excitações substancialmente incompreendidas, proporciona um investimento narcísico do ego onde todo objeto de desejo de alguma forma representa uma dual satisfação: pulsional (objeto propriamente dito) e narcísica (reflexo do ego). Portanto, o reflexo narcísico se alimenta da busca de imagens que liguem à universalidade de modo fantasístico.

Na sociedade contemporânea, as imagens fantasísticas são a tônica das relações de consumo e as inflexões dos meios de comunicação contribuem para a produção e reprodução de simulacros. Adorno (1992) faz uma crítica a indústria cultural e a cultura de consumo destacando que se aproveita da fraqueza do ego narcísico dos consumidores, pois se mantém através de uma pseudo-satisfação. Outro ponto de destaque é que a indústria cultural aniquila a determinação do sujeito enquanto indivíduo, na medida em que, massifica os conteúdos e impõe barreiras para ver além do que interessa a coletividade.

Em Eros há algo que envolve mistérios que serviram de base para o desenvolvimento social do erotismo. O mito de Eros e Psiquê trata do amor que tudo suporta. Psiquê, uma linda mortal acaba despertando a ira da deusa Afrodite. Afrodite enviou, então, seu filho Eros (cupido) para fazer com que Psiquê se apaixonasse pelo homem mais feio e vil que existisse. Acontece que Eros acaba se apaixonando por Psiquê, e os dois casam, sem que, porém, Psiquê pudesse ver o rosto do marido, para que pensasse que esse casamento era um castigo dos deuses.

Depois de resistir por algum tempo, Psiquê acabou por quebrar as regras impostas e viu o rosto de Eros que, enfurecido, abandonou-a. Mas seu amor por Eros era tão intenso que a fez procurar Afrodite para pedir-lhe que intercedesse por ela, ajudando-lhe a encontrar Eros. Afrodite impôs-lhe vários sacrifícios e tarefas. Ela vence todas as tormentas e casa-se com Eros. Essa união resultou ainda no nascimento de seu filho Voluptas (Prazer)⁴.

O filósofo sul coreano Byung-Chul Han, vem chamando a atenção para o que ele chama de “a agonia de Eros”. Em pleno início do século XXI vivemos a sociedade dos excessos, da exposição sem mistério, do apelo escancarado que não dá espaço para a imaginação. Tudo se transforma em objeto de consumo. O narcisismo, por exemplo, não é amor próprio. O narcisista não pode fixar claramente seus limites, tudo tem que girar em torno do Eu.

Vivimo em una sociedade que se hace cada vez más narcisista. La libido se invierte sobre todo en la propia subjetividade. El narcisismo no es ningún amor próprio. El sujeto del amor próprio emprende una dilimitación negativa frente al outro, a favor de sí mismo. Em cambio, el sujeto narcisista no puede fijar claramente sus limites. De esta forma, se diluye el limite entre él y el outro. El mundo se le presenta solo como proyecciones de sí mismo de algún modo. Deambula por todas partes como una sombra de sí mismo, hasta que se ahora em sí mismo (HAN, 2014, p. 05).

⁴ Disponível em: <http://temposdeconhecimentotemposdefilosofia.blogspot.com.br/2012/04/o-mito-de-eros.html>. Acesso: 14/04/2016

Acontece que o sujeito narcisista-depressivo está esgotado e fatigado em si mesmo. Como isso é possível? Han (2014) diz que o corpo, com seu valor de exposição, equivale a uma mercadoria. Não há nenhuma ‘personalidade’ sexual. Se o outro se percebe como um objeto sexual, se desfaz aquela ‘distância original’ que impede que o outro se coisifique como um objeto.

Pelos meios de comunicação digitais, tenta-se destruir as distâncias frente ao outro. Onde tudo é possível, não há amor como ferida e paixão. O amor e a sexualidade têm um preço. Suprime-se um desejo dirigido ao ausente. Aí onde Eros começa a agonizar.

El amor se positiva hoy como sexualidade, que está sometida, a su vez, ao dictado del rendimiento. El sexo es rendimiento. Y la sensualidade es um capital que hay que aumentar. El cuerpo, com su valor de exposición, equivale a uma mercancía. El otro es sexualizado como objeto excitante. No se puede amar al otro ya no es una persona, pues há sido fragmentado em objetos sexuales parciales. No hay ninguna personalidad usual (HAN, 2014, p. 13)

A ética de Eros certamente não contempla os abismos de um erotismo que se manifesta como excesso e loucura, mas chama a atenção com insistência para a negação do outro, que está em vias de desaparecer em uma sociedade que se mostra cada vez mais exibicionista. Han (2014) fala de um amor domesticado que serve como fórmula para o consumo, como um produto sem atrevimento, sem excessos. Não há transcendência e nem transgressão. Somos sujeitos incapazes de concluir a vida. As imagens pornôs, por exemplo, mostram uma mera vida exposta. O pornô é a negação de Eros. Aniquila a sexualidade em si mesma. O obsceno no pornô não consiste no excesso de sexo, já que ali não há sexo. A sexualidade não está armazenada nessa ‘razão pura’. Para o filósofo, “a transformação do mundo em pornô se realiza com a sua profanação” (HAN, 2014, p. 25).

Essa profanação se materializa com a desritualização e dessacralização. A “cara” pornográfica não expressa nada, não há expressividade e mistério. A imaginação de internet parte de uma acumulação de atributos, mais do que uma visão global do objeto e, nesta configuração específica, as pessoas dispõem de menos dados, parecem menos capazes de idealizar. Sua imaginação está determinada pelo consumo.

Os novos meios de comunicação não dão precisamente a fantasia. Mas, uma grande quantidade de informações, sobretudo visuais. A hipervisibilidade não é vantajosa para a imaginação. Assim, o pornô, que de certo modo leva ao máximo a informação visual, destrói a fantasia erótica.

Pero la desnudez, como exhibición, sin misterio ni expresión, se acerca a la desnudez pornográfica. Tampoco la cara pornográfica expresa nada. Carece de

expresividad y de mistério: de una figura a la outra, de la seducción al amor, luego al deseo y a la sexualidade, finalmente al puro y simple pornô, cunato más se avanza, más adelantamos em el sentido de um secreto menos, de um enigma menor. Lo erótico nunca está libre de mistério. La cara cargada com valor de exposición hasta estalar no promete ‘ningún uso nuevo, colectivo de la sexualidade. La exposición aniquila precisamente toda possibilidade de comunicación erótica. Es obscena y pornográfica la cara desnuda, carente de mistério e expresión, reducida exclusivamente a su estar expuesta. El capitalismo intensifica el progreso de lo pornográfico em la sociedade, em cuanto lo expone todo como mercancía y lo exhibe. No conoce ningún outro uso de la sexualidade. *Profaniza* el Eros para convertirlo em pornô. (HAN, 2014, p.27)

Platão disse que Eros se dirige a alma e tem poder sobre todas as suas partes: desejo (epithymia), valentia (thymos) e razão (logos). Cada parte da alma tem sua própria experiência do prazer e interpreta o belo de forma própria em cada caso. Essas três características agem articuladas. Na sociedade do consumo essa balança desequilibra pelas práticas de exposição e narcísicas. Vemos o fim da felicidade amorosa com uma prova de que o tempo pode abrigar a eternidade.

Conclusão

O campo discursivo nos leva a uma sociabilidade em rede, onde se observa a necessidade de uma publicização do consumo material e simbólico e dos apelos estéticos visuais, dentro da predominância do simulacro e a criação de hiper-realidades (KUMAR, 2007). Muitos padrões de sociabilidades estão diretamente relacionados à sociedade de consumo, cujo objeto (no sentido lato) tem uma representação bem maior do que seu valor de uso.

Esses objetos são manipulados como signos que distinguem o indivíduo, “quer filiando-o no próprio grupo tomado como referência ideal quer desmarcando-o do respectivo grupo por referência a um grupo de estatuto superior” (BAUDRILLARD, 2009, p. 60). Amplos processos de ressignificação da cultura estão baseados na sociedade de consumo. Seja no consumo material ou simbólico as sociabilidades em rede também se tornaram um espaço de publicização que, muitas vezes, pretendem fazer distinção e acabam com as hierarquias simbólicas antes muito presentes nas relações sociais e espaços públicos físicos e tradicionais.

Feasterstone (1995) estabelece algumas perspectivas fundamentais na compreensão de uma proposta de teorias do consumo na sociedade contemporânea, mas, a que chama a

atenção para o tema proposto diz respeito ao consumo que cria vínculos e estabelece distinções sociais. A saturação de signos, reprodutibilidade e simulações acabam contribuindo para na estetização da realidade e a perda de um significado estável das relações sociais. “As associações simbólicas das mercadorias podem ser utilizadas e renegociadas para enfatizar diferenças de estilo de vida, demarcando as relações sociais (FEATHERSTONE, 1995, p. 35).

Mas o que torna a sociedade de consumo responsável por significativas mudanças nas sociabilidades? Bauman (2008), descreve a sociedade de consumidores como aquela que encoraja, promove ou reforça um estilo de vida e, de certa forma, rejeita opções alternativas. Nesse campo, é necessário estabelecer também o que esse estilo de vida significa na cultura de consumo e a estetização da vida cotidiana.

Portanto, há uma sociedade com muitos ruídos de comunicação (HAN, 2014). Há muitas informações e a cultura digital vem potencializar. Isso causa justamente uma crise na comunicação porque há um excesso de exposição. Na sociedade da transparência a informação não produz conhecimento em sua essência e tudo que é muito exposto, falta o Eros que transforma, instiga e ritualiza.

Referências

ADORNO, T. W. **Mínima Moralía (1951)**. São Paulo: Ática, 1992.

AMARAL, Mônica. **O espectro do narcisismo na modernidade: de Freud a Adorno**. São Paulo: Estação Liberdade, 1997

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 2009.

_____. **Simulacros e simulações**. Lisboa: Relógio D’água, 1991.

BAUMAN, Zygmund. **Confiança e medo na cidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2009.

_____. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

_____. **O mal-estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Nobel, 1998.

_____. **Globalização: as consequências humanas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999a.

_____. **Modernidade e ambivalência**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999b.

CASTRO, Ana Lúcia de. **Culto ao corpo e sociedade: mídia estilos de vida e cultura de consumo**. São Paulo: Annablume, 2007.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2011.

CERTEAU, Michel. **A Invenção do Cotidiano: Artes de Fazer**. Petrópolis: Vozes, 1994.

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FELICE, Massimo De. **Paisagens Pós-urbanas: o fim da experiência urbana e as formas comunicativas do habitar**. São Paulo: Annablume, 2009.

_____. (ORG). **Do público para as redes: a comunicação digital e as novas formas de participação social**. São Caetano do Sul: Difusão, 2008.

FRANÇA, Lilian C. M. A internet como fonte de pesquisa para a cultura popular. In: **Patrimônio imaterial, performance cultural e (re)tradicionalização**. Brasília: TRANSE/CEAM, 2004.

_____. **Identidades e Nicknames**. Revista TOMOS, Ano VIII, n. 8. São Cristóvão: NPPCS, 2005

FREUD, Sigmund. **Introdução ao Narcisismo, ensaios da Metapsicologia e outros textos (1914-1916)**. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e Identidade**. 1.ed. Rio de Janeiro: Zahar Ed., 2002.

HAN, Byung-Chul. **La agonia del Eros**. Barcelona: Herder Editorial, 2014.

HARVEY, David. **A condição pós-moderna**. São Paulo: Loyola, 1992.

KUMAR, Krishan. **Da Sociedade Pós-Industrial à Pós-Moderna: novas teorias sobre o mundo contemporâneo**. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 1997.

LASCH, C. **A cultura do narcisismo: a vida americana numa era de esperanças em declínio**. Rio de Janeiro: Imago, 1983.

LE MOS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2010.

_____. Cibercidades. In: LEMOS, A; PALACIOS, M (orgs). **Janel@as do ciberespaço: comunicação e cibercultura**. Porto Alegre: Salina, 2004.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

LYOTARD, Jean-François. **A condição pós-moderna**. Rio de Janeiro: José Olímpio, 1979.

MAFFESOLI, Michel. **A transfiguração do político: a tribalização do mundo**. Porto Alegre: Sulina, 2005.

SCHERER-WARREN, Ilse. **Redes de movimentos sociais**. São Paulo: Loyola, 1993.

SENNETT, Richard. **O declínio do homem público: as tiranias da intimidade**. São Paulo: Companhia das Letras, 1974.

_____. **A cultura do novo capitalismo**. Rio de Janeiro: Record, 2008.

SINGLY, F. **Uns com os outros: quando o individualismo cria laços**. Lisboa: Instituto Piaget, 2003.

TURKLE, Sherry. **A vida no ecrã: a identidade na era da internet**. Lisboa: Relógio D'água, 1995.